

Das Erlebnis Fitness Probetraining

18.04.2018, 09:50 | Handel, Wirtschaft, Finanzen, Banken & Versicherungen

Pressemitteilung von: *formedo GmbH*

Presseagentur: *formedo GmbH*



Antonio Silva

Antonio e Silva: International anerkannter Experte für Gesundheitswirtschaft & Fitnessstudio Consulting

Ab 1991 hat sich die Fitnessbranche rapide entwickelt und so konzipierte Antonio Silva ein System für professionelles Probetraining. Es bereite ihm so viel Freude, dass er selbst über 12.000 Probetrainings betreut hat und immer wieder das System verbesserte.

Heutzutage ist es schwieriger - die Konkurrenz ist groß und wächst stetig, der Kunde ist sehr gut durch Internet, Fernsehen und andere Medien informiert. Die Statistik zeigt, dass 40 % aller Probetraining-Teilnehmer schon Erfahrungen im Fitnessbereich haben und 70 % haben bereits mehrere Probetrainings absolviert. Kunden gehen in mehrere Fitness-Studios und absolvieren Probetrainings - danach entscheiden sie sich für das für sie beste Fitness-Studio. Aber was sind die Kriterien für eine Entscheidung - die Qualität, der Preis? Ein Fitness-Studio muss anders sein als die anderen Studios im Ort, um so viele Kunden wie möglich zu gewinnen.

Die Probetraining-Tombola

Ich liebe diese Idee, weil es Wunder wirkt. Jeder Probetraining- Kunde erhält beim Check-In die Möglichkeit ein Los zu ziehen und in die Tombola-Trommel zu werfen. Die Gewinne können sein: Solarium, Getränke, Eiweiß-Riegel, Geschenkgutscheine und als Hauptgewinn eine kostenlose Fitness-Jahresmitgliedschaft. Pro Quartal sollte eine Ziehung erfolgen. Das Interessante daran ist, dass sich der Interessent beim Probetraining schon wie

ein Mitglied integriert fühlt. Meine Erfahrung:
Die Probetraining-Tombola steigert signifikant die Abschlussquote.

Probetraining - Ja oder Nein? Wichtig ist, das Richtige zu machen.
Natürlich kann man den Kunden beraten und ihm danach ein Abo verkaufen. Das allerdings kommt bei älteren Kunden nicht gut an. Ältere Menschen, die noch nie ein Fitnesstraining gemacht haben und sofort ein Abo abschließen, fühlen sich nicht gut beraten. Sie benötigen Zeit für die Entscheidung, sind aber dafür auch bereit, mehr Geld für gute Qualität zu zahlen. Silva machte eine Kundenzufriedenheitsumfrage bei Abo-Kunden (50 Kunden mit Probetraining und 50 Kunden nur mit Beratung) - das Ergebnis zeigte, dass ein Abo mit vorangehendem Probetraining nicht so häufig zu Kündigungen führt wie ein Abo ohne Probetraining mit reiner Beratung.
Ganz wichtig für ein Probetraining ist, es nicht kostenlos anzubieten - eine Probestunde mit geprüftem Gesundheitsberater kostet 10 bis 25 EUR. Sollte sich der Kunde dann für ein Abo entscheiden, kann der Betrag mit dem Abo verrechnet werden. Man sollte mit kostenlosen Kampagnen- Gutscheinen sparsam umgehen - was nichts kostet, ist nichts wert.

Ist mein Fitness-Studio noch gefragt?

Das ist schnell herauszufinden
- unter 100 Probetrainings von Januar bis Mai sind nicht gut, ebenso wie unter 30 Probetrainings von Juni bis August und unter 70 Probetrainings von September bis Dezember. Wichtig ist eine Jahreszielplanung zu haben.

Telefonberatung

Häufig ist der Telefonkontakt der erste Kontakt zum Fitness-Studio. Ganz wichtig ist dabei, dass das Personal an der Theke genauso gut beraten kann, wenn der Trainer keine Zeit hat.
Anrufe an der Rezeption haben einen Wert von
ca. 90.000 € pro Jahr

Einer der sensibelsten Punkte in Ihrem Fitness-Studio ist die Theke/Rezeption.

Leider sind nicht alle Mitarbeiter optimal für diesen Bereich geschult. Wenn ein Anruf hereinkommt, können sie sich zwar wunderbar melden, aber am Ende des Anrufs wird kein Ergebnis (Termin) erzielt.

Wichtig sind drei Punkte:

1. Einen Termin (Beratung oder Einführungstraining) zu bekommen
2. Den Kunden fragen, ob er allein kommt oder einen Freund mitbringt. 90 % aller Kunden sind überrascht, dass sie einen Freund mitbringen können.

Das bedeutet 30 % mehr Umsatz.

3. Fragen Sie nach der Kundenadresse, um den Termin zu bestätigen. Senden Sie 3 Tage vor dem Termin eine Postkarte mit der Bestätigung. Das ist Professionalität und Sie heben sich von Ihren Mitbewerbern ab. Der Service macht den Unterschied.

Erlebnis "Check-in"

Den ersten Eindruck bekommt der Kunde an der Rezeption oder auch schon vorher - eine Tafel am Eingang, an der steht, welche Kunden zum Probetraining kommen, sorgen für ein willkommenes Gefühl. Ganz wichtig ist eine nette Begrüßung an der Rezeption. Dann beginnt das

Erlebnis für den Kunden - ein Schlüssel für die Umkleidekabine und eine Karte mit handschriftlich eingetragenen Kunden -name sowie dem Satz: "Sie werden heute vom Personal Trainer persönlich betreut." Der Ablauf des Probetrainings sollte ein Gespräch über Ziele beinhalten sowie eine Blutdruckmessung, ACCUNIQ Körperanalyse und individuelles Personal Training über 30 min. mit einem anschließenden Willkommensgetränk - das gibt dem Kunden das Gefühl professionell betreut und gut aufgehoben zu sein. Wurden meine Wünsche berücksichtigt?

Oft erlebt Antonio Silva bei seinen deutschlandweiten "Probetrainingtests", dass Trainer nach einem einfachen "Schema F" arbeiten und nicht direkt auf die Kundenwünsche eingehen. Wichtig sind daher Fragen wie: "Warum möchten Sie mit dem Fitnesstraining beginnen?", oder: "Haben Sie schon vorher trainiert?"

Hat ein Kunde Rückenprobleme, dann sollte ein Probetraining speziell für den Rücken gemacht werden. Möchte der Kunde hingegen abnehmen, so sollte ein Probetraining gemacht werden, dass auf das Abnehmen spezialisiert ist. Der Kunde soll sich gut beraten fühlen und möchte, dass auf seine Wünsche eingegangen wird. Gehöre ich hier hin? Silva hat herausgefunden, dass die Ergebnisse zu 35 % besser sind, wenn man im Probetraining beispielsweise zwei Mitarbeiter und zwei Kunden dem neuen Kunden vorstellt. Das sorgt dafür, dass man Kontakte knüpft und das Gefühl bekommt

"Hier gehöre ich hin".

Jahresplanung Ist das Probetraining beendet, sollte man dem Kunden einen Fitness-drink als Belohnung anbieten. Anschließend kann man eine Jahreszielplanung machen - der Kunde soll erfahren, wie lang und wie oft er trainieren soll und mit welchem Trainingssystem er seine Ziele erreichen kann. Das individuelle Jahresziel kann man dem Kunden in Papierform präsentieren. All diese aufgeführten Punkte, wenn man sie beachtet, geben Kunden beim Probetraining ein gutes Gefühl - sie fühlen sich gut aufgehoben, gut betreut und herzlich willkommen

Antonio Silva (<http://www.antoniosilva.de>)

Pressekontakt:

formedo GmbH
Herr Antonio Silva
Schloßbergstr. 28
38315 Hornburg

fon ...: 01722704735
web ...: <http://www.formedo.de>
email : silva@formedo.de

Portrait

"Sie können diese Pressemitteilung - auch in geänderter oder gekürzter Form - mit Quelllink auf unsere Homepage auf Ihrer Webseite kostenlos verwenden."

News-ID: 1000649 • Views: 196 (Stand: 30.07.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1000649/Das-Erlebnis-Fitness-Probetraining.html>